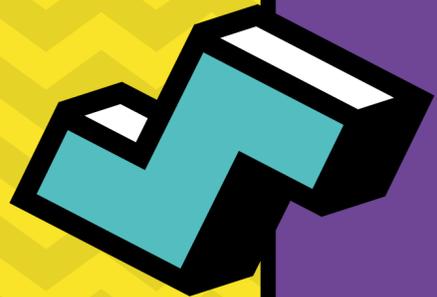
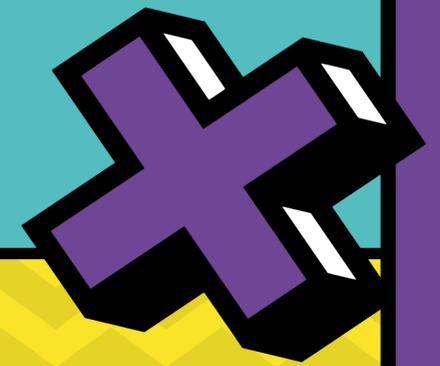


# MANUAL DE MARCA v1.2

**LOHN**  
BIER



**2 Índice**

**3 Atitude**

4 Introdução

5 Manifesto

**6 Posicionamento**

7 Introdução

8 Causa

9 Slogan

10 Atrações de marca

**11 Identidade**

12 Introdução

13 Logotipo

14 Selo

15 Cores

16 Área de reserva e redução

17 Pattern

18 Grafismos

19 Aplicações

20 Usos incorretos

21 Tipografia principal

22 Tipografia auxiliar

23 Embalagem

24 Iconografia

25 Fotografia

28 Ilustração

29 Aplicações

# Índice



**Índice**

**Atitude**

Introdução  
Manifesto

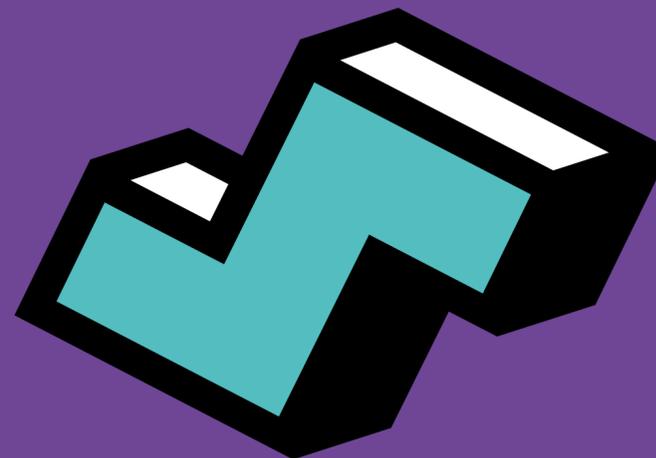
**Posicionamento**

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

**Identidade**

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

**Ati-  
tude**



**Índice**

**Atitude**

Introdução  
Manifesto

**Posicionamento**

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

**Identidade**

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

**Atitude**

**Introdução**

Qual **atitude** a marca deve manifestar para carregar sua causa e **estabelecer afinidade** com o grupo determinante?

**Heart  
Jockey**

Um cara à frente do seu tempo, que aprecia as nuances da vida. Sua única certeza é que sempre haverá algo novo para descobrir, experimentar. Ele é despojado, relax, mas não abre mão de pensar profundamente sobre as coisas. Ainda assim, sua pegada é simplificar, papo reto, na lata. Essa sinceridade sempre vem acompanhada de um humor levemente ácido, tornando-o atraente e cativante. É um cara de quem todos querem conquistar o respeito e adorariam ter como amigo.

Tom de voz

**Adulto  
Provocativo  
Cool  
Informal**

Temas favoritos

**Experiências  
Cerveja  
Atitude  
Limites**

Idade

**28 anos**

Arquétipo

**Explorador**

Perfil

**Curioso**

Eneagrama - Tipo 7

**Entusiasta**

Postura

**Ousado**

Motivo

**Experiências**

## Índice

### Atitude

- Introdução
- Manifesto

### Posicionamento

- Introdução
- Causa
- Slogan
- Atrações de marca

### Identidade

- Introdução
- Logotipo
- Selo
- Cores
- Área de reserva e redução
- Pattern
- Grafismos
- Aplicações
- Usos incorretos
- Tipografia principal
- Tipografia auxiliar
- Embalagem
- Iconografia
- Fotografia
- Ilustração
- Aplicações

## Atitude

# Manifesto

O vídeo manifesto contribui para um olhar prático na atmosfera da identidade através do jogo de cores e movimentos.



**Acesse o link e confira o vídeo manifesto:**  
[bit.ly/quebreociclo](https://bit.ly/quebreociclo)

MANUAL  
DE MARCA

**LOHN**  
BIER

**Índice**

**Atitude**

Introdução  
Manifesto

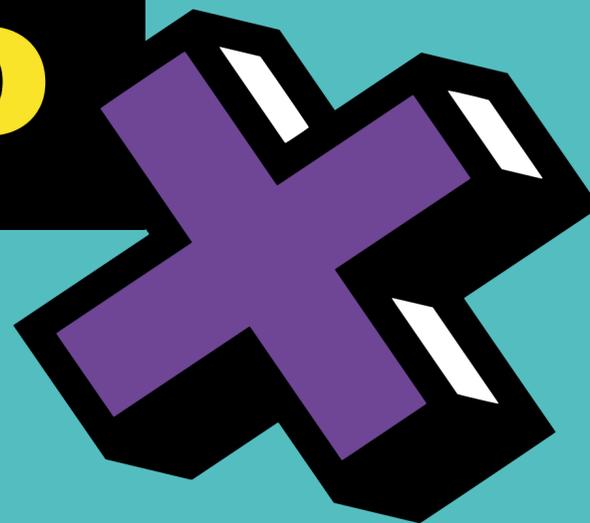
**Posicionamento**

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

**Identidade**

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

# Posiciona- mento



## Índice

### Atitude

Introdução  
Manifesto

### Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

### Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

## Posicionamento

### Introdução

**Posicionamento de marca** é o espaço que desejamos ocupar na mente das pessoas.

# CERVEJARIA ARTESANAL ENTUSIASMADA PELA DIVERSIDADE DE SABORES E EXPERIÊNCIAS.

Uma sutil releitura do posicionamento que busca especificar o aspecto diferencial e tornar a mensagem mais objetiva e prática. Neste sentido, o perfil experimental da marca é realçado por seu Entusiasmo pela Diversidade de Sabores, ao passo que criamos uma ponte emocional relacionando esta diversidade com outras experiências de vida de nossos clientes.

MANUAL  
DE MARCA

LOHN  
BIER



## Índice

### Atitude

Introdução  
Manifesto

### Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

### Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

## Posicionamento

### Causa

A **motivação** institucional que gera afinidade pelo posicionamento.

# INCENTIVAR O HÁBITO DE BUSCAR O NOVO.

O primeiro passo para promover o HÁBITO DE BUSCAR O NOVO vem do desprendimento em relação aos próprios costumes ("Porque eu deveria experimentar outras cervejas se eu já tenho uma favorita"). Essa filosofia pode enriquecer a comunicação da LOHN BIER, permitindo que a marca venda sua Diversidade de Sabores e Experiências de modo mais íntimo, cool e informal. Essa abordagem pode tornar a LOHN a Cervejaria Artesanal do Brasil responsável pela causa de caráter comportamental mais relevante para o segmento e seu Grupo Determinante.

MANUAL  
DE MARCA

LOHN  
BIER



## Índice

### Atitude

Introdução  
Manifesto

### Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

### Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

## Posicionamento

### Slogan

Frase que define nosso posicionamento e diferencial.

# QUEBRE O CICLO

Com uma atitude provocativa e inteligente, a marca Lohn convoca seus fãs a **quebrarem o ciclo!** Apreciamos o **hábito de buscar o novo** e incentivamos as pessoas a fazerem o mesmo por meio de uma mensagem jovial e irreverente. Queremos inspirar nosso público a buscar mais, abandonando rotinas e regras antiquadas, abraçando novas experiências!

MANUAL  
DE MARCA

LOHN  
BIER



## Índice

### Atitude

Introdução  
Manifesto

### Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

### Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

## Posicionamento

### Atrações de marca

Possibilidades de frases que podem ser usadas como chamadas e que evidenciam o posicionamento da marca.

MANUAL  
DE MARCA



**A VIDA É CURTA DEMAIS PRA TOMAR  
SEMPRE A MESMA CERVEJA.**

**MINHA VIDA NÃO TEM AÇÕES À VENDA,  
TEM AÇÕES POR FAZER!**

**AS DECISÕES MAIS IMPROVÁVEIS REN-  
DEM OS MOMENTOS MAIS INCRÍVEIS!**



# Identi- dade

## **Índice**

### **Atitude**

Introdução  
Manifesto

### **Posicionamento**

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

### **Identidade**

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

**Índice**

**Atitude**

Introdução  
Manifesto

**Posicionamento**

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

**Identidade**

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

**Identidade**

**Introdução**

**Identidade de marca** é o conjunto de elementos que nos ajudam a comunicar nossa marca em todos os momentos. Pensada para expressar de forma clara seu posicionamento, reforça as seguintes características da marca:

**CURIOSA**  
**OUSADA**  
**COOL**  
**INFORMAL**

**MANUAL  
DE MARCA**



## Índice

### Atitude

Introdução  
Manifesto

### Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

### Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

## Identidade

### Logotipo

O logotipo é o principal elemento que une a nossa marca e transmite nosso posicionamento. É composto pela tipografia em branco com a sombra e contorno em preto, porém permite uma aplicação em monocromático onde a sombra é omitida e o contorno possui a mesma cor do fundo.



Versão preferencial positiva.

**Versão horizontal preferencial: essa aplicação deve ser sempre priorizada. O não uso dessa versão é válido somente em casos de impedimentos técnicos.**

MANUAL  
DE MARCA

LOHN  
BIER



Possibilidades de aplicação em fundo preto.

## Índice

### Atitude

Introdução  
Manifesto

### Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

### Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

## Identidade

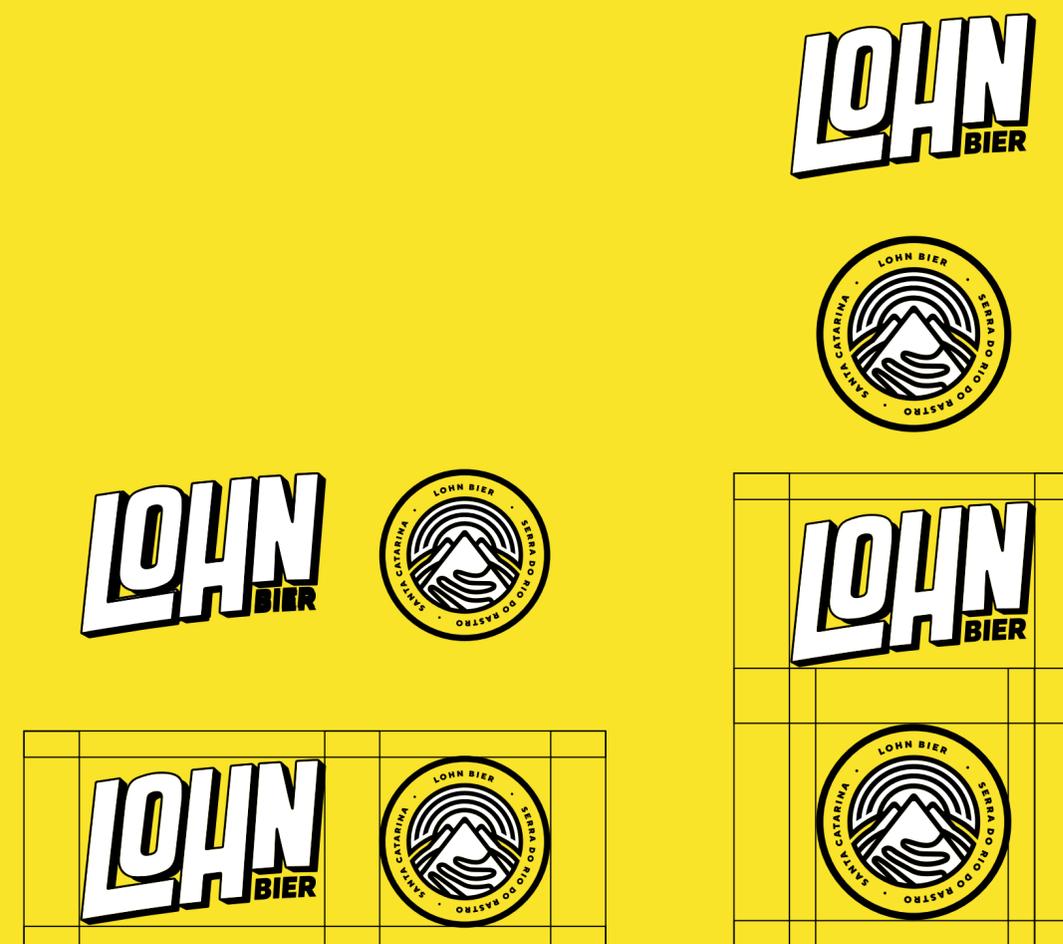
### Selo

O selo Lohn + Serra do Rio do Rastro funciona como um símbolo de qualidade da nossa marca que é dedicadamente catarinense e vive ao pé-da-serra, sendo útil em situações que esta característica deve ser acentuada. Dessa forma, ele precisa sempre estar acompanhado do logotipo da Lohn, e nunca sozinho.



MANUAL  
DE MARCA

**LOHN**  
BIER



Versão horizontal

Versão vertical

**Índice**

**Atitude**

Introdução  
Manifesto

**Posicionamento**

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

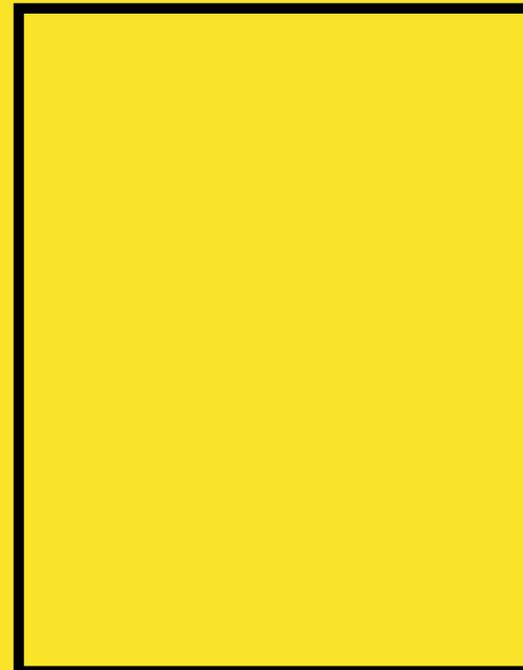
**Identidade**

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

**Identidade**

**Cores**

A paleta de cores básica se baseia em 4 cores.



**Amarelo**

Pantone® 107 C  
C5 M5 Y85 K0  
R251 G227 B50  
#fbe332



**Roxo**

Pantone® 7678 C  
C70 M80 Y0 K0  
R108 G71 B150  
#6c4796



**Ciano**

Pantone® 7472 C  
C65 M0 Y30 K0  
R84 G189 B191  
#54bdbf



**Vermelho**

Pantone® 710 C  
C0 M85 Y55 K0  
R232 G63 B85  
#e83f55

## Índice

### Atitude

Introdução  
Manifesto

### Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

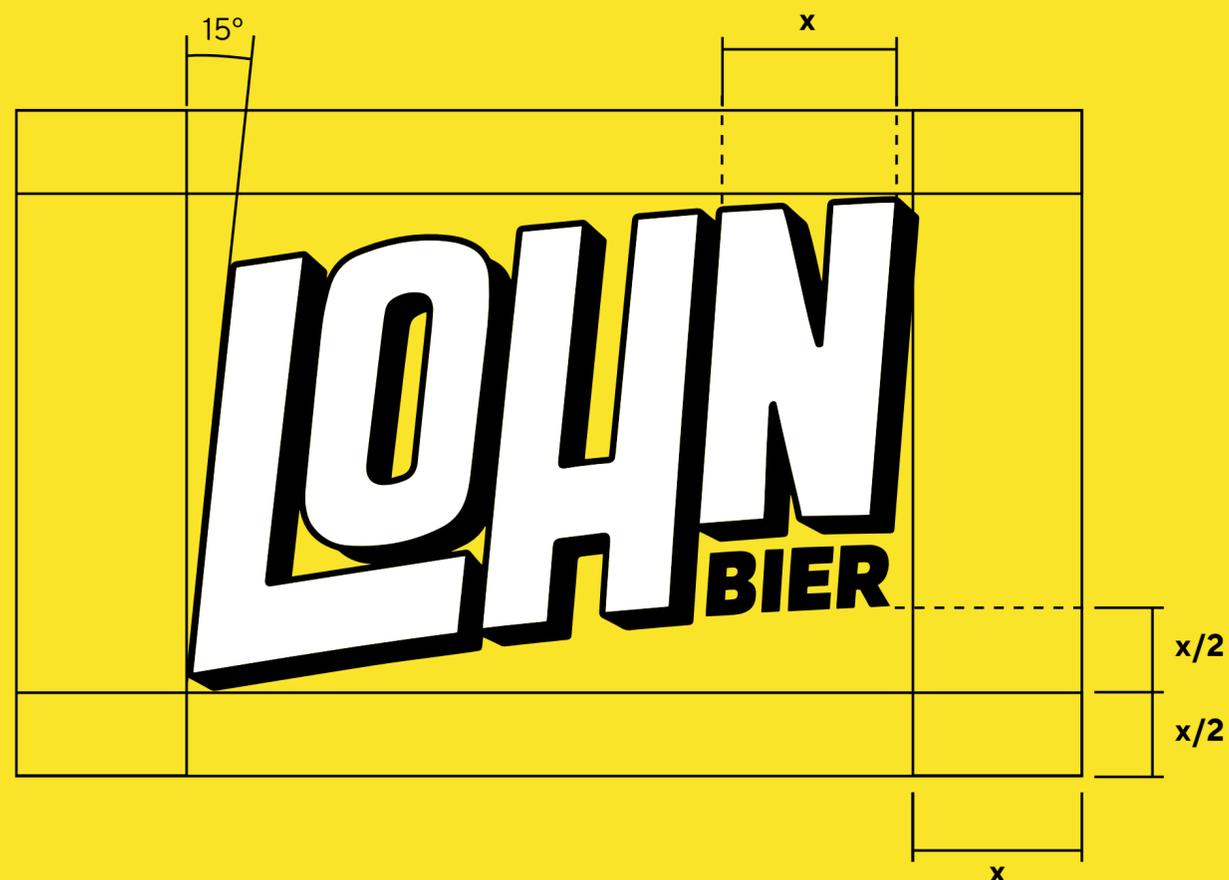
### Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

## Identidade

### Área de reserva e redução

A área de reserva e a redução máxima garantem a leitura, o reconhecimento e a preservação do nosso logotipo. A inclinação de 15° é característica e deve ser sempre mantida.



A área de reserva é definida a partir da largura da letra N de nosso logotipo. Não insira nenhum outro objeto nessa área.

MANUAL  
DE MARCA



15mm  
Impressão  
60px  
Digital



Jamais reduza o logo além das medidas indicadas acima.

**Índice**

**Atitude**

Introdução  
Manifesto

**Posicionamento**

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

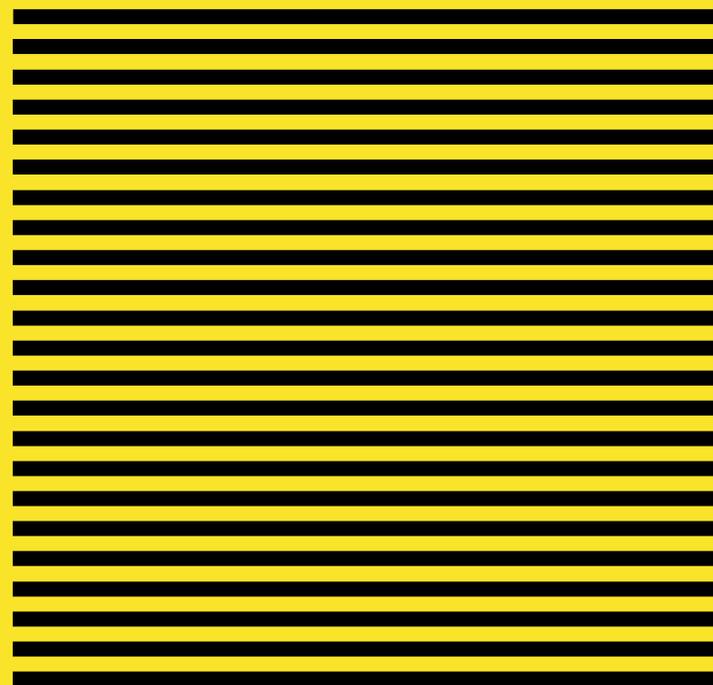
**Identidade**

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

**Identidade**

**Pattern**

Os patterns da Lohn Bier não só representam uma versão visual desse espírito que busca o novo, como também revelam **características sobre cada produto**. Neste caso, cada pattern corresponde à **opacidade** visível do corpo da cerveja.



Corpo

**TRANSLÚCIDO**



Corpo

**LEVEMENTE  
TURVO**



Corpo

**OPACO**

**Índice**

**Atitude**

Introdução  
Manifesto

**Posicionamento**

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

**Identidade**

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

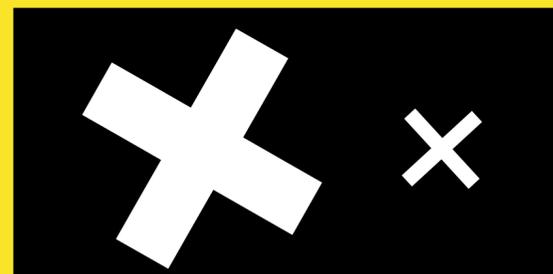
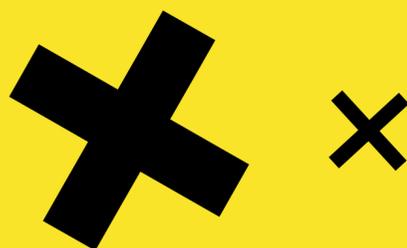
**Identidade**

**Grafismos**

Os grafismos devem estar presentes em cada material que tratar de determinada cerveja e eles servem para indicar as características de cada uma. Assim, combinações com os patterns podem ser gerados a partir da variação do corpo com a característica da cerveja.

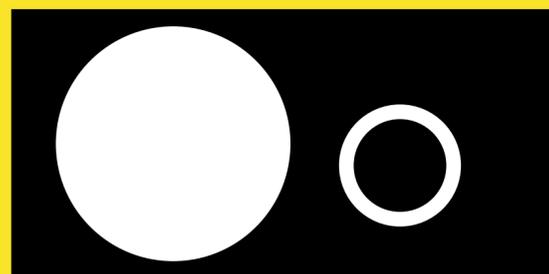
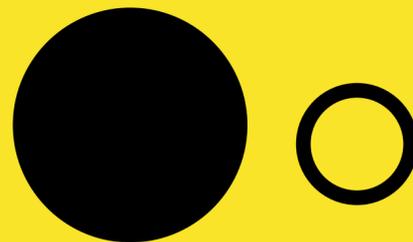
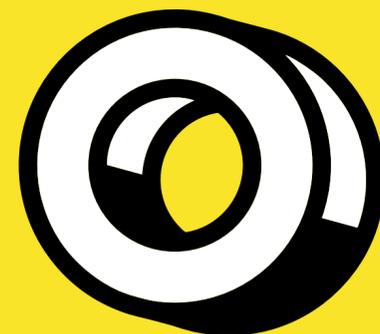
**IBU**

Cervejas com alto amargor.



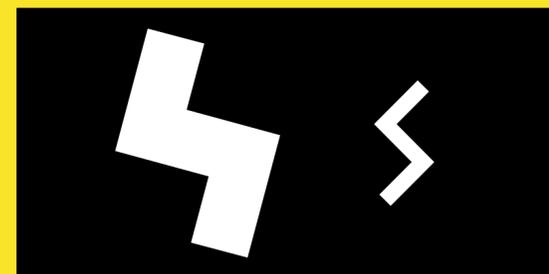
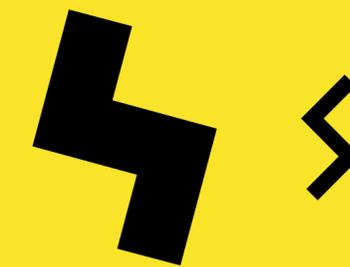
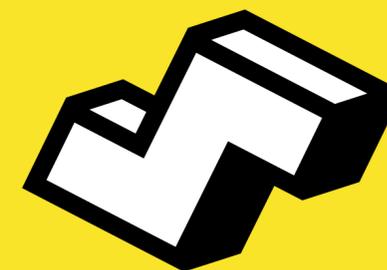
**DRINK**

Cervejas onde a facilidade de beber torna-se seu diferencial.



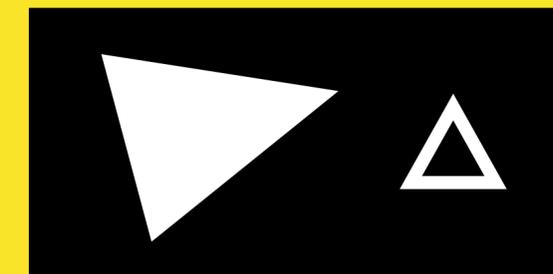
**MALT**

Cervejas com acentuado sabor do malte.



**ACID**

Cervejas que possuem acidez e/ou notas cítricas acentuadas.



## Índice

### Atitude

Introdução  
Manifesto

### Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

### Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

## Identidade

### Aplicações

Para que nossa marca fique sempre legível, existem versões para os diferentes fundos onde ela é aplicada.

**Lembre-se:** a versão principal é sempre prioridade.

MANUAL  
DE MARCA

**LOHN**  
BIER



A versão principal é com logotipo branco com sombra preta aplicado sobre fundos das cores padrão da marca.



Em situações onde é possível usar apenas uma cor, são aceitas as versões com tipo todo em amarelo ou em branco, sem a sombra.

Demais cores são admitidas conforme o design da embalagem necessitar, mas sempre com ponderações e tomando cuidado com o contraste.

**Índice**

**Atitude**

Introdução  
Manifesto

**Posicionamento**

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

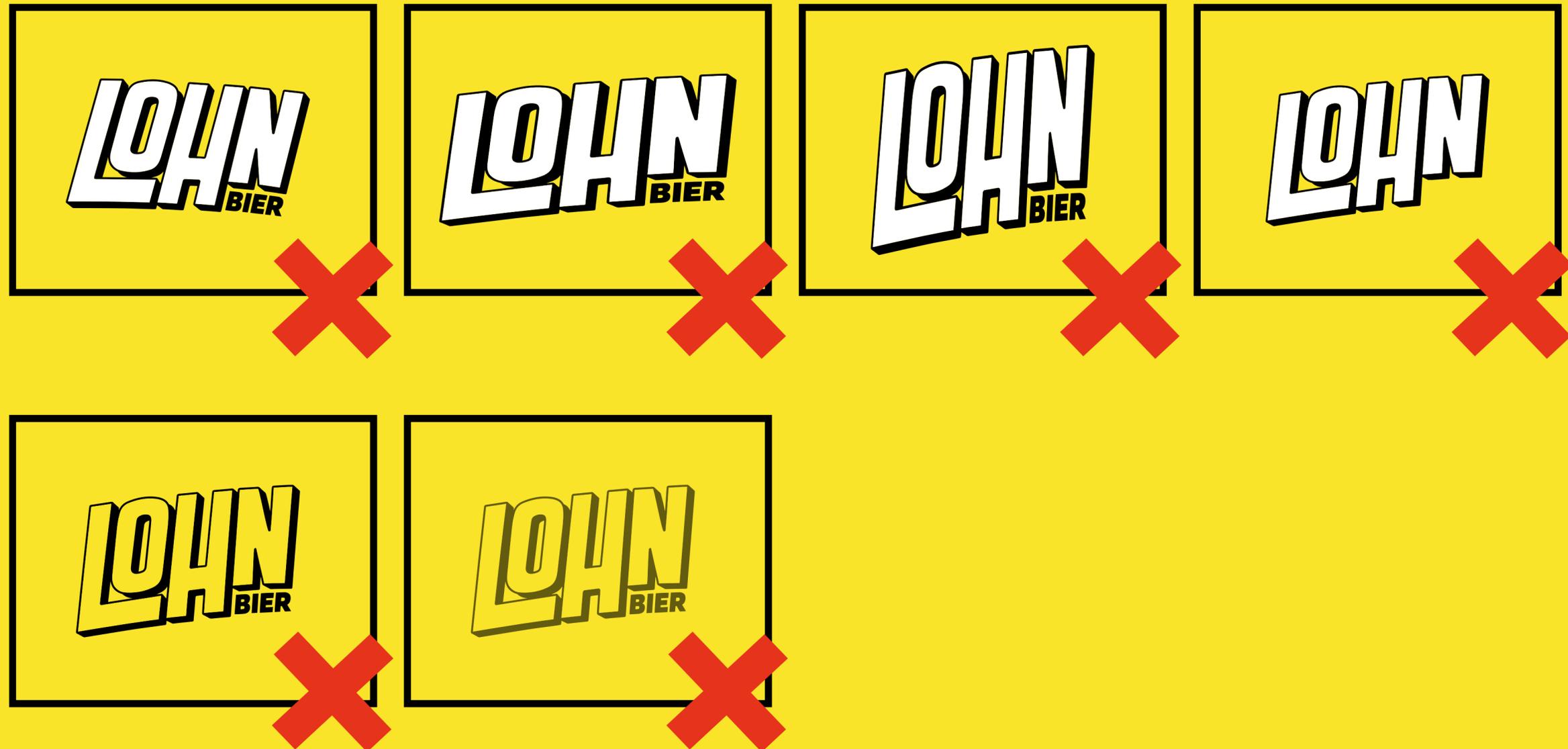
**Identidade**

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

**Identidade**

**Usos incorretos**

O logo deve obedecer às proporções já indicadas, e de nenhum modo mudar sua inclinação e/ou expandir altura ou largura. Bem como os elementos que compõem o logotipo não devem ser alterados.



Índice

Atitude

Introdução  
Manifesto

Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

Identidade

## Tipografia principal

Como tipografia principal, temos a **ChunkFiveEx** uma fonte de peso único que serve para gerar títulos fortes, onde a personalidade da marca deve ficar evidente.

**Aa**  
**ChunkFiveEx**  
**Tipografia Institucional**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

MANUAL  
DE MARCA

**LOHN**  
BIER

**BREAK  
THE  
CYCLE**  
**BREAK  
THE  
CYCLE**

## Índice

### Atitude

Introdução  
Manifesto

### Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

### Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

## Identidade

### Tipografia auxiliar

Nos textos e aplicações técnicas ou que exijam maior formalidade, a **TT Norms** é uma tipografia fluída, limpa e legível que serve como complemento à ChunkFiveEx.

Sua variação de peso pode ser aproveitada para facilitar o entendimento da hierarquia do texto.

Aa  
**TTNorms**  
Tipografia Institucional

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

MANUAL  
DE MARCA



Com uma atitude provocativa e inteligente, a marca Lohn convoca seus fãs a **quebrem o ciclo!** Apreciamos o **hábito de buscar o novo** e incentivamos as pessoas a fazerem o mesmo por meio de uma mensagem jovial e irreverente. Queremos inspirar nosso público a buscar mais, abandonando rotinas e regras antiquadas, abraçando novas experiências!

## Índice

### Atitude

Introdução  
Manifesto

### Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

### Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

## Identidade

### Embalagem

A aplicação dos elementos da marca na embalagem deve seguir essa estrutura básica de elementos. Em cervejas especiais, pelo menos o logotipo deve ser mantido na mesma posição e medidas.



### Cervejas Clássicas

As **cervejas clássicas** possuem um padrão de composição tanto para a posição de todos os elementos de texto e logotipo quanto para a geometria do fundo.



### Cervejas Especiais

Nas **cervejas especiais**, o padrão permanece na posição e tamanho do logotipo da Lohn (variando apenas a cor, conforme citado na seção “Aplicações”) e nas informações de volume e tipo de cerveja. O logotipo da cerveja e o fundo do rótulo seguem a identidade da marca, adaptando-se à estética de cada tema.

MANUAL  
DE MARCA



**Índice**

**Atitude**

Introdução  
Manifesto

**Posicionamento**

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

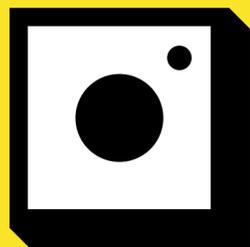
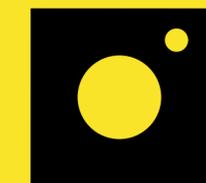
**Identidade**

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

**Identidade**

**Iconografia**

Nossos ícones também são elementos fundamentados no posicionamento da marca, com a função de deixar nossa comunicação mais simples, objetiva e fornecer uma estética adequada ao conceito da Lohn Bier.



## Índice

### Atitude

Introdução  
Manifesto

### Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

### Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

## Identidade

# Fotografia

O estilo de fotografia se baseia em fotos contrastantes, com um pouco de ruído. O personagem deve estar com olhar descontraído porém altivo. Um mood que demonstra atitude. Os anúncios fotográficos podem compor-se ainda por 3 tipos, onde cada um caracteriza um momento da nossa persona:



## TIPO 1: INCENTIVO

O personagem pode estar em um ambiente tido como comum e salta sob esse fundo com um ar cool e as texturas e grafismos do rótulo aderem à algum elemento do look.

MANUAL  
DE MARCA

LOHN  
BIER

## Índice

### Atitude

Introdução  
Manifesto

### Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

### Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

## Identidade

### Fotografia

O estilo de fotografia se baseia em fotos contrastantes, com um pouco de ruído.  
O personagem deve estar com olhar descontraído porém altivo. Um mood que demonstra atitude. Os anúncios fotográficos podem compor-se ainda por 3 tipos, onde cada um caracteriza um momento da nossa persona:



### TIPO 2: OBJETIVO

Aqui o personagem já se encontra em seu objetivo: a atmosfera cool, então ele é totalmente inserido no ambiente e o cenário aparece por inteiro, tendo os grafismos atingindo uma área maior de seu corpo e dos objetos que o circundam.

MANUAL  
DE MARCA

LOHN  
BIER

## Índice

### Atitude

Introdução  
Manifesto

### Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

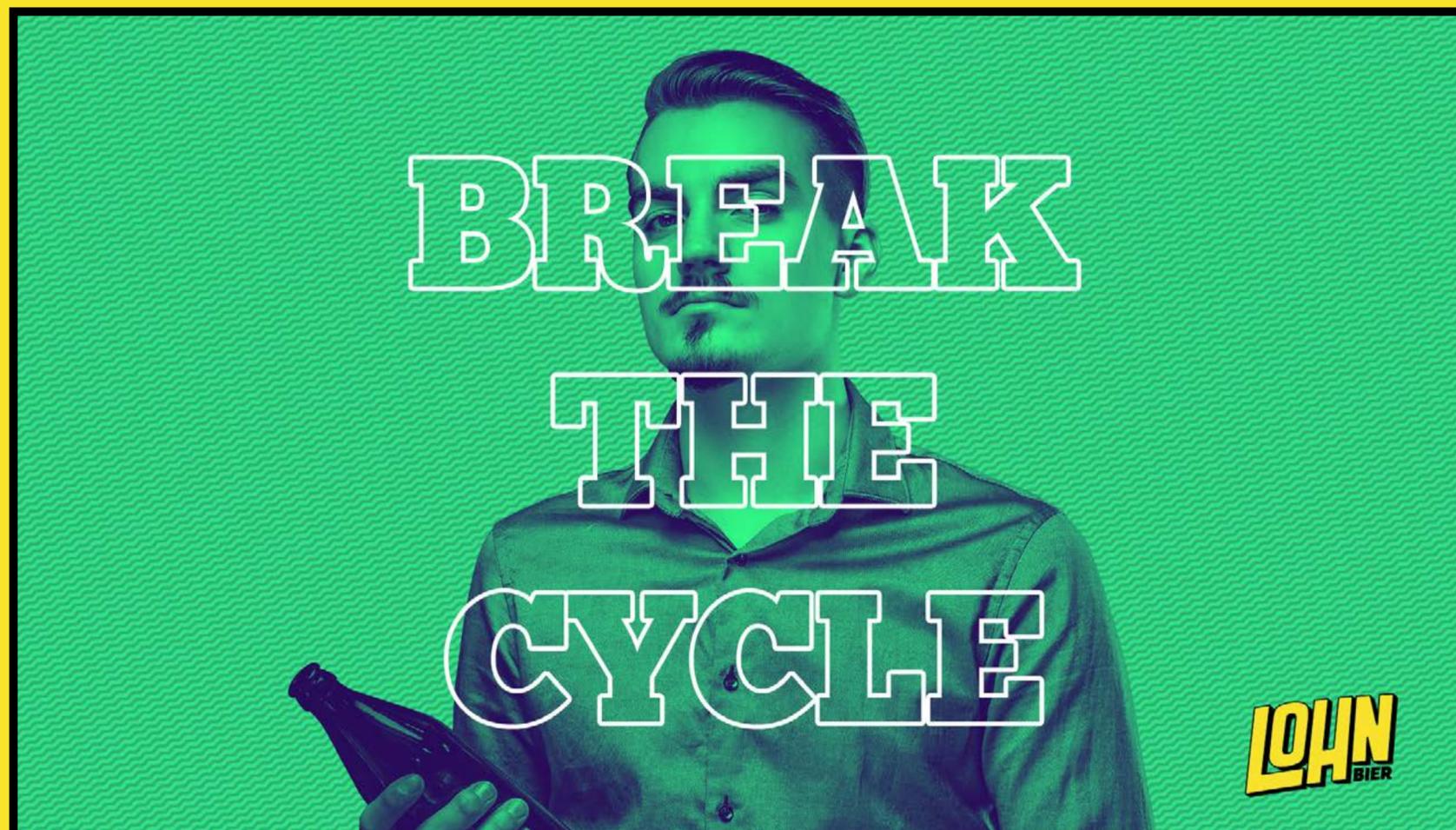
### Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

## Identidade

### Fotografia

O estilo de fotografia se baseia em fotos contrastantes, com um pouco de ruído.  
O personagem deve estar com olhar descontraído porém altivo. Um mood que demonstra atitude. Os anúncios fotográficos podem compor-se ainda por 3 tipos, onde cada um caracteriza um momento da nossa persona:



### TIPO 3: FOCO

No terceiro tipo, o personagem pode estar olhando pra câmera e num close maior.  
O fundo pode ser artificial: cor chapada ou grafismos.

MANUAL  
DE MARCA

LOHN  
BIER

## Índice

### Atitude

Introdução  
Manifesto

### Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

### Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

## Ilustração

Contornos espessos em figuras geométricas lançadas sob a composição numa quase-padronagem formam colagens diversificadas onde novas combinações podem ser geradas formando o ambiente ideal para a atmosfera cool da marca.

Destaca-se a roupa ou algum acessório específico do personagem. Podemos nos perguntar, qual item da composição pode ser destacado como instrumento do nosso "heart jokey"? Pode ser um óculos; uma camiseta semi-desabotoada... Esse item ganhará contornos e as cores da identidade e nossa comunicação conquista seu ar irreverente.



## Índice

### Atitude

Introdução  
Manifesto

### Posicionamento

Introdução  
Causa  
Slogan  
Atrações de marca

### Identidade

Introdução  
Logotipo  
Selo  
Cores  
Área de reserva e redução  
Pattern  
Grafismos  
Aplicações  
Usos incorretos  
Tipografia principal  
Tipografia auxiliar  
Embalagem  
Iconografia  
Fotografia  
Ilustração  
Aplicações

## Identidade

### Aplicações

Para as peças transmitirem a atitude da marca, é preciso combinar de forma adequada as cores com os grafismos e tipografia. A seguir, alguns exemplos:



Anúncio

# BREAK THE CYCLE

**LOHN**  
BIER

[/lohn Bier](#)



[contato@lohn Bier.com.br](mailto:contato@lohn Bier.com.br)

[lohn Bier.com.br](http://lohn Bier.com.br)

48 3466 0489